



Presse-Information  
29. Februar 2012

## **MINI auf dem 82. Internationalen Automobilsalon Genf 2012.**

Mit sechs Modellen und drei neuen Charakteren präsentiert MINI auf dem Internationalen Automobilsalon 2012 in Genf die grösste Angebotsvielfalt in der Geschichte der Marke. Das Original im Premium-Kleinwagensegment setzt damit auch 2012 seinen Wachstumskurs konsequent fort. Die jüngsten Erweiterungen im Modellprogramm, das mittlerweile insgesamt 41 Modellvarianten umfasst, schaffen zusätzliche Möglichkeiten, MINI typischen Stil und unübertrroffenen Fahrspass auf individuelle Weise zu erleben.

### 1. MINI auf dem 82. Internationalen Automobilsalon Genf 2012. (Kurzfassung)

Seine Weltpremiere absolviert in Genf der MINI John Cooper Works Countryman. Er ist der erste Topsportler im Modellprogramm, der die für John Cooper Works charakteristische Rennsport-Begeisterung mit dem Allradantrieb ALL4 kombiniert. Angetrieben wird der MINI John Cooper Works Countryman von einem neu entwickelten Vierzylinder-Motor mit Twin-Scroll-Turbolader, Benzin-Direkteinspritzung und variabler Ventilsteuerung, der 160 kW/218 PS mobilisiert. Er verfügt serienmäßig über ein Aerodynamik Kit, ein Sportfahrwerk einschliesslich Tieferlegung, 18 Zoll-Leichtmetallräder und exklusive Designmerkmale. Als erstes John Cooper Works Modell kann er optional mit einem Sechsgang-Automatikgetriebe ausgestattet werden.

Mit einer weiteren Weltpremiere lenkt MINI die Aufmerksamkeit auf ein vollkommen neues Konzept zur Eroberung zusätzlicher Zielgruppen. Das MINI Clubvan Concept verkörpert die Vision eines Premium-Kleinwagens mit gesteigerten Transportkapazitäten für den Business- und Freizeitbereich. Die Studie wurde auf der Basis des MINI Clubman konzipiert und unterscheidet sich von diesem vor allem durch die Beschränkung auf zwei Sitzplätze, den grossen, ebenen Laderaum und blickdicht versiegelte hintere Seitenscheiben.

Ausserdem kann das Publikum des Internationalen Automobilsalons vom 8. bis zum 18. März 2012 erstmals Bekanntschaft mit drei neuen Fahrzeugcharakteren schliessen. Der MINI Baker Street verkörpert den jugendlich-frischen, innovative Trends setzenden Stil der Marke. Mit dem MINI Bayswater werden vor allem der sportliche Elan und das besondere

Firma  
BMW (Schweiz) AG

Ein Unternehmen  
der BMW Group

Anschrift  
Industriestrasse 20  
Postfach  
CH-8157 Dielsdorf

Telefonzentrale  
+41 58 269-1111

Fax  
+41 58 269-1511

Internet  
[www.bmw.ch](http://www.bmw.ch)  
[www.mini.ch](http://www.mini.ch)  
[www.bmw-motorrad.ch](http://www.bmw-motorrad.ch)

Unternehmens-ID  
CHE-105.974.654 HR  
CHE-116.284.140 MWST

## Presse-Information

Datum 29. Februar 2012

Thema MINI auf dem 82. Internationalen Automobilsalon Genf 2012.

Seite 2

Talent zum agilen Handling betont. Als drittes Modell kommt das MINI Cabrio Highgate ins Spiel, das exklusives Flair und eine moderne Interpretation britischen Stils zum Ausdruck bringt.

## 2. Die Highlights auf einen Blick.

Weltpremiere: Der MINI John Cooper Works Countryman.

- Sechstes John Cooper Works Modell im aktuellen Programm von MINI, erstes mit Allradantrieb ALL4 (serienmäßig), Markteinführung: Herbst 2012.
- Neu entwickelter Vierzylinder-Motor mit Twin-Sscroll-Turbolader, Benzin-Direkteinspritzung und variabler Ventilsteuerung, 1,6 Liter, 160 kW/218 PS, maximales Drehmoment: 280 Nm (mit Overboost: 300 Nm), erstes John Cooper Works Modell mit optionalem Sechsgang-Automatikgetriebe.
- Beschleunigung (0 – 100 km/h: 7,0 Sekunden, Höchstgeschwindigkeit: 225 km/h (Automatik: 223 km/h), Kraftstoffverbrauch im EU-Testzyklus: 7,2 (Automatik: 8,0) Liter, CO2-Ausstoss: 167 (187) g/km (vorläufige Werte).
- Aerodynamik Kit, Sportfahrwerk, Sportabgasanlage, 18 Zoll-Leichtmetallräder, Fahrstabilitätsregelung DSC mit DTC serienmäßig, optional unter anderem exklusive Kontrastlackierung für Dach und Außenspiegel in Chili Red sowie 19 Zoll-Leichtmetallräder erhältlich.
- Serienmäßige Innenausstattung mit Sportsitzen, Sportlenkrad, modellspezifischen Anzeigen und Bedienelementen.

Weltpremiere: Das MINI Clubvan Concept.

- Studie auf Basis des MINI Clubman, innovatives Konzept für das erste Premium-Angebot im Segment der Transportfahrzeuge auf Kleinwagen-Basis, vielfältige Einsatzmöglichkeiten für Business und Freizeit in Verbindung mit MINI typischem Fahrspass.
- Zwei Sitzplätze, durch Trengitter abgeteilter Laderaum, blickdicht versiegelte hintere Seitenfenster, komfortable Beladung durch zweiflügelige Hecktür und Clubdoor auf der rechten Fahrzeugseite.
- Moderne, lifestyle-orientierte Interpretation des Konzepts eines kompakten Lieferfahr-

## Presse-Information

Datum 29. Februar 2012

Thema MINI auf dem 82. Internationalen Automobilsalon Genf 2012.

Seite 3

zeug, historisches Vorbild: Morris Mini Van auf Basis des classic Mini (1960), Er-schliessung zusätzlicher Zielgruppen im gewerblichen Bereich, hohe Attraktivität durch einzigartige Kombination von erweiterter Funktionalität mit der Ausstrahlung und dem Premium-Charakter der Marke MINI.

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:**

BMW Group Switzerland  
Oliver Peter, Leiter Corporate Communications  
Email: [oliver.peter@bmw.ch](mailto:oliver.peter@bmw.ch)  
Tel.: +41 58 269 10 91  
Fax: +41 58 269 14 91  
Media-Website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com)

**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles und Rolls-Royce einer der weltweit erfolgreichsten Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern. Als internationaler Konzern betreibt das Unternehmen 25 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

2011 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von rund 1,67 Millionen Automobilen und über 113.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2010 belief sich auf rund 4,8 Mrd. Euro, der Umsatz auf 60,5 Milliarden Euro. Zum 31. Dezember 2010 beschäftigte das Unternehmen weltweit rund 95.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat ökologische und soziale Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wert schöpfungskette, umfassende Produktverantwortung sowie ein klares Bekenntnis zur Schonung von Ressourcen fest in seiner Strategie verankert. Entsprechend ist die BMW Group seit sieben Jahren Branchenführer in den Dow Jones Sustainability Indizes.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>